

## **Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang**

Oleh :

Akhmad Azim Shiraj\*)

Agus Widarko\*\*)

Muhammad Rizal\*\*\*)

E-mail : [Ahmadazim830@gmail.com](mailto:Ahmadazim830@gmail.com)

Universitas Islam Malang

### **Abstract**

*This study aimed to determine the influence of prices, promotion and product innovation on the success of micro, medium and small businesses in the food industry in Ploso County, Jombang Regency. The sample used in this study is 85 UMKM in the culinary field. different labels for price, promotion and product innovation have a significant influence on the success of Micro, MSMEs in the culinary sector of Ploso County. , Regency of Jombang.*

**Keyword: Price, Promotion, Product Innovation, Success, UMKM**

### **Pendahuluan**

#### **Latar Belakang**

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha dengan jumlah usaha terbesar, selain menciptakan lapangan kerja juga menciptakan lebih banyak usaha. Pertumbuhan UMKM berkorelasi dengan kemampuan berinovasi tanpa harus mengabaikan elemen modal sosial yang ada untuk memastikan keberlanjutannya. Banyak variabel yang mempengaruhi kesuksesan UMKM seperti harga, promosi dan inovasi produk. Adapun penelitian ini dilakukan karena peneliti memiliki dugaan sementara bahwa pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi produk baik secara *parsial* maupun *simultan* berpengaruh terhadap Kesuksesan UMKM dan harapannya dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kembali sektor UMUM terutama di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.

#### **Manfaat Penelitian**

Bagi perusahaan UMKM penelitian ini dapat menjadi bahan mengetahui pengaruhnya harga, promosi dan inovasi produk terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Bagi peneliti penelitian ini akan memberi manfaat agar memiliki wawasan yang lebih luas mengenai kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan pada sektor UMKM di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian Novie (2017) dengan hasil modal, jaringan social, keunggulan bersaing dan posisi pasar memiliki kontribusi pada keberlangsungan dan kesuksesan UMKM, dilanjutkan dengan penelitian oleh Sunarti, Elisabeth, dkk (2019) dengan hasil. Selanjutnya dalam penelitian Komang Gusti, dkk (2020) dengan hasil modal social, modal manusia, dan

biaya transaksi memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kesuksesan UMKM Industri Seni Lukisan di Kabupaten Buleleng.

## Landasan Teori

### Kesuksesan UMKM

Menurut Zimmere, Thomas, *et ell* (2010) Sukses adalah hasil dari mampu mengembangkan ideide baru dan menemukan caracara baru untuk mendekati masalah dan peluang serta kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif untuk masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia.

### Harga

Harga ialah suatu nilai tukar yang dapat dinilai dengan uang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.

### Promosi

Promosi ialah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya (Kotler dan Amstrong, 2012).

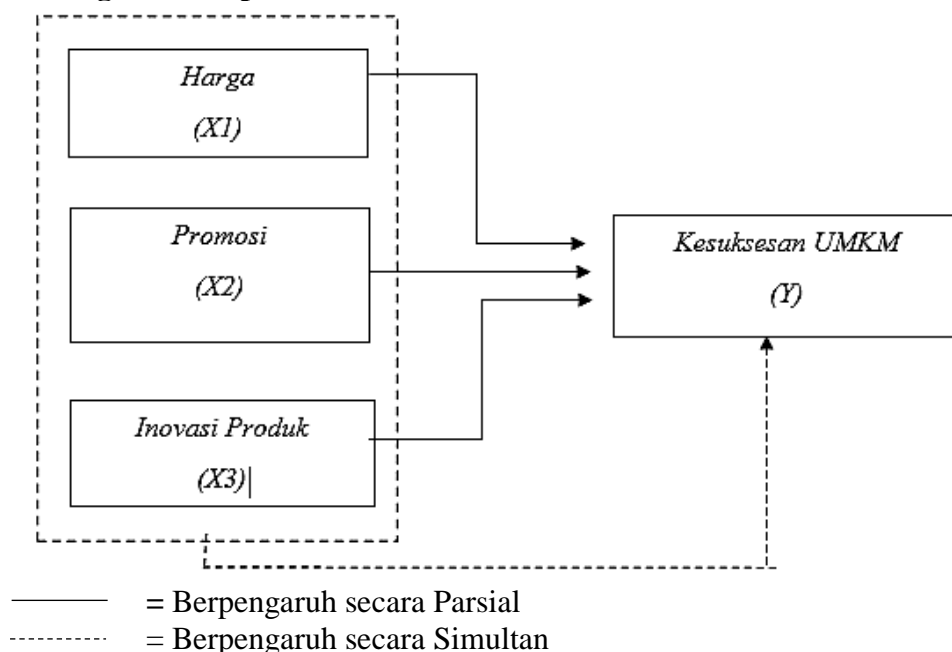
### Inovasi Produk

inovasi produk bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi ini juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengonsep ulang dalam rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

### UMKM

Menurut Badan Pusat Statistik (2017), UMKM ditentukan oleh beban kerja. Usaha kecil adalah usaha dengan tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah adalah usaha dengan tenaga kerja 20 sampai 99 orang.

### Kerangka Konseptual



### **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso
3. Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang
4. Harga, Promosi, dan Inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelaku usaha UMKM di Kecamatan Ploso, Menurut *Survey* yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang tahun 2018 berjumlah 4.432. Dalam penelitian ini, karena sampel yang spesifik tentang UMKM bidang kuliner tidak diketahui maka pengambilan sampel menggunakan rumus Maholtra (2010) dimana jumlah indikator dikalikan dengan 5. Indikator penelitian ini berjumlah 17 dan kalikan 5 menjadi sebanyak 85 sampel yang digunakan difokuskan pada UMKM di seluruh kecamatan Ploso yang sudah beroperasi selama minimal 2 tahun

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel Independen**

1. Harga ( $X_1$ )  
Menurut Sembiring (2014) variabel harga memiliki 4 indikator, yaitu :
  - a. Keterjangkaun Harga
  - b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
  - c. Daya Saing Harga
  - d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat
2. Promosi ( $X_2$ )  
Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011) varaibel Promosi Memiliki 6 Indikator, yaitu :
  - a. Periklanan
  - b. Penjualan Personal
  - c. Informasi dari mulut ke mulut
  - d. Hubungan dengan Masyarakat
  - e. Promosi Penjualan
  - f. Pemasaran Langsung
3. Inovasi Produk ( $X_3$ )  
Menurut Kotler (2014) vaiabel Inovasi Produk Memiliki 3 Indikator, yaitu :
  - a. Kualitas produk
  - b. Varian Produk
  - c. Desain Produk

#### **Variabel Dependen (Y)**

Menurut Abdullah dan Al-Damen, (2015) variabel Kesuksesan UMKM memiliki 4 indikator, yaitu :

- a. Pertumbuhan Penjualan
- b. Laba Kotor

- c. Pertumbuhan Modal
- d. Perluasan Kerja

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas Instrumen

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	R hitung	R table	Keterangan
Kesuksesan UMKM (Y)	Y1	0.832	0.213	Valid
	Y2	0.842	0.213	Valid
	Y3	0.884	0.213	Valid
	Y4	0.823	0.213	Valid
	Y5	0.878	0.213	Valid
	Y6	0.843	0.213	Valid
	Y7	0.807	0.213	Valid
Harga (X1)	X1.1	0.740	0.213	Valid
	X1.2	0.835	0.213	Valid
	X1.3	0.815	0.213	Valid
	X1.4	0.824	0.213	Valid
	X1.5	0.722	0.213	Valid
	X1.6	0.818	0.213	Valid
	X1.7	0.796	0.213	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0.702	0.213	Valid
	X2.2	0.690	0.213	Valid
	X2.3	0.746	0.213	Valid
	X2.4	0.654	0.213	Valid
	X2.5	0.592	0.213	Valid
	X2.6	0.730	0.213	Valid
	X2.7	0.718	0.213	Valid
	X2.8	0.744	0.213	Valid
	X2.9	0.658	0.213	Valid
	X2.10	0.672	0.213	Valid
	X2.11	0.719	0.213	Valid
Inovasi Produk (X3)	X3.1	0.724	0.213	Valid
	X3.2	0.816	0.213	Valid
	X3.3	0.772	0.213	Valid
	X3.4	0.794	0.213	Valid
	X3.5	0.808	0.213	Valid

Sumber : Data diolah 2021

kesimpulan pada penelitian ini semua variable dinyatakan valid, karena r tabel menunjukkan angka 0,213 sehingga r hitung > dari r table.

### Uji Reliabilitas Instrumen

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Kesuksesan UMKM (Y)	0.931	Reliabel
Harga (X1)	0.897	Reliabel
Promosi (X2)	0.885	Reliabel
Inovasi Produk (X3)	0.849	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Nilai koefisien >0,6 maka dapat ditarik kesimpulan penelitian ini semua instrument reliabel.

## Uji Normalitas Data

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,64135557
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,092
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		1,037
Asymp. Sig. (2-tailed)		,232

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah, 2021

Diketahui nilai sig yang diperoleh dari residual seluruh variabel adalah 0.232. Semua variabel bebas dan terikat memiliki nilai sig > 0.05 yang menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas**

Coefficients(a)								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,400	3,132		,128	,899		
	Harga	,297	,148	,235	2,010	,048	,422	2,370
	Promosi	,200	,084	,275	2,375	,020	,431	2,320
	In. Produk	,492	,184	,306	2,676	,009	,443	2,260

a. Dependent Variable: Kesuksesan UMKM

Sumber : Data diolah, 2021

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	52,359	117,114		,447	,656
	Harga	7,298	5,519	,222	1,322	,190
	Promosi	-4,996	3,144	-,264	-1,589	,116
	In. Produk	-1,069	6,880	-,025	-,155	,877

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil uji *Glejser* diperoleh nilai sig pada variabel Harga (X1) = 0.190 , Promosi (X2) = 0.116 dan Inovasi Produk (X3) = 0.877. variabel memiliki nilai sig > 0.05 yang menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,400	3,132		,128	,899
	Harga	,297	,148	,235	2,010	,048
	Promosi	,200	,084	,275	2,375	,020
	In. Produk	,492	,184	,306	2,676	,009

a. Dependent Variable: Kesuksesan UMKM  
Sumber : Data diolah, 2021

1) Nilai Konstanta sebesar 0,400 mengidentifikasi bahwa semua variabel independen dianggap berpengaruh positif terhadap Kesuksesan UMKM. 2) Nilai Harga (X1) sebesar 0.297 maka dapat diartikan bahwa jika variabel harga mengalami peningkatan, maka variabel Kesuksesan UMKM juga akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan. 3) Nilai Koefisien Variabel Promosi (X2) sebesar 0.200 dapat diartikan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap kesuksesan UMKM. 4) Nilai Koefisien Inovasi Produk (X3) sebesar 0.184 maka dapat diartikan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap kesuksesan UMKM.

## Uji F

**Tabel 6**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1261.381	3	420.460	30.578	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1113.796	81	13.751		
	Total	2375.176	84			

a. Dependent Variable: y1

b. Predictors: (Constant), x3, x2, X1

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel nilai  $F_{hitung}$  sebesar 30.578 semua variabel independen (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan UMKM (Y).

## Uji-t

**Tabel 8**

Dari hasil tabel diatas maka disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,400	3,132		,128	,899
	Harga	,297	,148	,235	2,010	,048
	Promosi	,200	,084	,275	2,375	,020
	In. Produk	,492	,184	,306	2,676	,009

a Dependent Variable: UMKM

Sumber : Data diolah, 2021

signifikan < 0.05 yang artinya semua variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

## Koefisien Determinasi

**Tabel 9**

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729(a)	,531	,514	3,70818

a Predictors: (Constant), In. Produk, Promosi, Harga

b Dependent Variable: UMKM

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka  $R^2$  (Adjust R Square) sebesar 0.514. yang berarti seluruh variabel independen (X) mempunyai kontribusi secara bersamaan sebesar 51,4% terhadap variabel dependen (Y).

## Simpulan Dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan data analisis data dapat disimpulkan bahwa secara parsial semua variabel Independen berpengaruh positif terhadap Kesuksesan UMKM.

### Saran

- agar penelitian bisa jadi referensi dan digunakan secara luas
- dalam peneletian selanjutnya disarankan menggunakan metode kuisioner serta wawancara
- peneletian selanjutnya variabelnya ditambah

### Daftar Pustaka

- Abdulwahab, M. H., dan Al Damen, R. A. (2015). "The Impact of Entrepreneurs' Characteristics on Small Business Success at Medical Instruments Supplies Organizations in Jordan". *International Journal of Business and Social Science*, 6(8), 164–175.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah 2015*. [Online]. Tersedia <https://www.bps.go.id/index.php> [ Diakses pada 25 Juli 2017 ]
- Empat

- Kotler, P. (2014) Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga
- Oentoro, Sudaryono. (2015). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Zimmerer, Thomas W, et all, 2010. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Salemba Emapt, Jakarta

Akhmad Azim Shiraj\*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma  
,Agus Widarko\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma  
Muhammad Rizal\*\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma